

Література

- Melnyk, O. Technology of implementation the etiological diagnostic of export and import enterprises activities [Text] / O. Melnyk, M. Nahirna // Australian Journal of Scientific Research. Volume II. "Adelaide University Press". – Adelaide, January-June 2014. – № 1. (5). – P. 434-442.
- Большая советская энциклопедия [Текст]. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1968-1979. – 890 с.
- Декарт, Р. Рассуждение о методе, чтобы верно направлять свой разум и отыскать истину в науках. Метафизические размышления. Начала философии [Текст] / Р. Декарт. – М.: Вежа, 1998. – 240 с.
- Рузавин, Г. И. Методология научного исследования [Текст]: учеб. пособие для вузов / Г. И. Рузавин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 342 с.
- Grant, W. N. Corporate Bankruptcy. Tools, Strategies and Alternatives [Text] / W. N. Grant. – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2003. – 280 p.
- Brigham, E. F. Intermediate Financial Management [Text] / E. F. Brigham, P. R. Daves. – USA, Thomson: South-Western, 2004. – 230 p.
- Bivainis, J. The System of Diagnostics of Bankruptcy Threat to the Enterprises [Text] / J. Bivainis, K. Garškaitė-Milvydienė // Business: theory and practice. – 2011. – № 11 (3). – P. 204-212. doi:10.3846/btp.2010.23
- Мельник, О. Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій [Текст]: монографія / О. Г. Мельник. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 344 с.
- Івахненко, В. М. Курс економічного аналізу [Текст] / В. М. Івахненко. – К.: Знання, 2006. – 261 с.
- Кузьмін, О. С. Економічна діагностика [Текст] / О. Кузьмін, О. Мельник. – К.: Знання, 2012. – 318 с.
- Глухарев, С. М. Конспект лекцій з курсу «Економічна діагностика» [Текст] / укл.: С. М. Глухарев. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 118 с.
- Швиданенко, Г. О. Бізнес-діагностика підприємства [Текст] / Г. О. Швиданенко, А. І. Дмитренко, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2008. – 344 с.
- Дикань, В. В. Діагностика потенціалу розвитку машинобудівного комплексу України [Текст] / В. В. Дикань // Економічний простір. – 2013. – № 74. – С. 93-101.
- Стрільчук, Р. М. Науково-методичні підходи та методи здійснення діагностики стратегічних можливостей підприємства [Електронний ресурс] / Р. М. Стрільчук // Ефективна економіка. – 2014. – № 1. – Режим доступу: \www/URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2669&p=1>
- Парфентієва, О. Г. Методичні підходи до економічної діагностики потенціалу розвитку підприємств [Текст] / О. Г. Парфентієва // Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». – № 5. – С. 214-222.
- Лебединський, О. І. Інструментарій економічної діагностики у системі маркетингового середовища діяльності сільськогосподарських підприємств [Текст] / О. І. Лебединський // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: економічні науки. – 2013. – Вип. 6, Т. 2. – С. 196-201.

МЕТОДЫ ЭТИОЛОГИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье систематизированы основные методы этиологической диагностики экспортно-импортной деятельности предприятий. Проанализированы литературные источники по содержанию наполнению термина «метод экономической диагностики» и взгляды ряда авторов по классификации методов экономической диагностики предпринимательской деятельности. Также сформулировано определение термина «метод этиологической диагностики предпринимательской деятельности» и определены и охарактеризованы основные факторы, которые оказывают влияние на выбор целесообразных и ситуационно-оправданных методов этиологической диагностики.

Ключевые слова: метод этиологической диагностики, экспортно-импортная деятельность предприятий, факторы влияния.

Нагірна Мар'яна Ярославівна, аспірант, кафедра зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», Україна, e-mail: nagirnamar@gmail.com.

Нагирная Марьяна Ярославовна, аспирант, кафедра внешнеэкономической и таможенной деятельности, Национальный университет «Львовская политехника», Украина.

Nahirna Maryana, Lviv Polytechnic National University, Ukraine, e-mail: nagirnamar@gmail.com

УДК 637.52:339.138

DOI: 10.15587/2312-8372.2015.41750

Рудь В. В.

ФОРМУВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В МАРКЕТИНГОВОМУ ЛАНЦЮГУ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Досліджено існуючі проблеми формування доданої вартості. Проаналізовано три основні етапи просування м'ясної продукції від сільськогосподарського товаровиробника до кінцевого споживача, а саме: виробничий, переробний, збутовий. Запропоновано функціонально-структурну схему формування доданої вартості та методiku розрахунку доданої вартості на кожному із запропонованих етапів.

Ключові слова: додана вартість, м'ясопереробні підприємства, виробництво, переробка, збут.

1. Вступ

Підприємства м'ясопереробної галузі для ефективної діяльності потребують узгодженості всіх сфер та

підкомплексів у плані справедливого розподілу доходів та загальної суми доданої вартості, починаючи від виробництва сировини і закінчуючи реалізацією готової продукції. Ці ланки виробництва продукції функціону-

ють у режимі організаційного відокремлення і кожен суб'єкт керується своїми господарськими інтересами. Виробництво продукції тваринництва є складним сектором сучасного продовольчого комплексу, який об'єднує тваринників, фермерів, підприємців, що займаються кормами, забоєм худоби, переробкою м'яса, оптовою та роздрібною торгівлею, складові комплекси, взаємопов'язані між собою через мережу ринків, тому необхідно побудувати єдину економічну політику на базі спільних економічних інтересів.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

У вітчизняній економічній науці проблеми розвитку тваринницької галузі досліджено в працях відомих науковців – В. Андрійчука, П. Березівського, П. Гайдучького, Ю. Лупенка, В. Месель-Веселяка, В. Микитюка, П. Саблука, І. Топіхи, В. Юрчишина та ін. Основні проблеми та підходи щодо визначення сутності доданої вартості запропонували такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Н. Абрютіна [1], І. Богатая [2], О. Вакульчик [3], В. Дадалко [4], А. Зайцева [5], В. Іваненко [6], Ю. Мороз [7], А. Тайт [8], К. Уолт [9], Д. Чайковський [10], З. Шершньова [11], М. Шпилько [12] та ін. Визначаючи значний внесок та отримані наукові результати науковців необхідно зазначити, що деякі аспекти потребують удосконалення та врахування особливостей, що стосуються формування доданої вартості підприємствами м'ясопереробної галузі.

3. Об'єкт, ціль та задачі дослідження

Об'єктом дослідження є додана вартість м'ясопереробних підприємств.

Мета дослідження полягає в розробці практичних рекомендацій щодо виявлення перспектив формування доданої вартості за допомогою розроблених етапів руху продукції м'ясопереробних підприємств.

Для досягнення поставленої мети необхідно:

- 1) дослідити основні етапи, в процесі яких формується додана вартість;
- 2) розкрити сутність етапів формування доданої вартості на м'ясопереробних підприємствах;
- 3) запропонувати методику визначення доданої вартості на кожному із запропонованих етапах її формування.

4. Матеріали та методи дослідження

За допомогою абстрактно-логічного методу сформульовано основну частину роботи та висновки. Для виявлення проблеми створення доданої вартості та визначення основних її етапів використано метод аналізу і синтезу. Економічну оцінку сучасного стану підприємств м'ясопереробної галузі зроблено за допомогою статистико-економічного методу, зокрема його прийомів – порівняння, графічний тощо. Монографічний метод застосовувався для детального вивчення та узагальнення інформації окремих господарюючих об'єктів м'ясопереробної галузі.

5. Результати дослідження проблеми формування доданої вартості м'яса та м'ясопродуктів на етапах його руху від сільськогосподарського виробника до кінцевого споживача

М'ясо та продукти його переробки перш ніж потрапити до кінцевого споживача на своєму шляху проходять низку трансформацій та етапів, на яких його початкова вартість збільшується за рахунок додаткових витрат, а також маржі продавця і/або посередника. Аналізуючи основні канали постачання м'яса від сільськогосподарського товаровиробника до кінцевого споживача дасть можливість знайти способи оптимізації витрат на кожному етапі переробки й відповідно підвищити прибуток або знизити реалізаційну ціну з метою збільшення конкурентоспроможності товару. Для формування доданої вартості та успішного впровадження системи розвитку м'ясопереробних підприємств необхідна така методологія, яка поєднує як специфіку функціонування м'ясопереробних підприємств в цілому, так і специфічний інструментарій маркетингового управління та прогнозування галузі.

Розглянемо формування доданої вартості м'яса та м'ясопродуктів на етапах його руху від сільськогосподарського виробника до кінцевого покупця. Методика дозволяє побачити, які етапи процесу не є необхідними, оскільки не додають ніякої вартості. Часто етапи, які включені в процес тільки тому, що цей процес був спроектований недосконало.

М'ясопереробні підприємства прагнуть мінімізувати участь посередницьких структур в ланцюгу створення доданої вартості, тому їх головним завданням є співробітництво з виробниками. Основними видами співробітництва є створення вертикально інтегрованих структур агробізнесу і укладання виробничих контрактів [13]. Наприклад, етапи, що включають перевезення м'яса, або м'ясопродуктів часто необхідні просто тому, що виробництво розташоване не там, де слід було б. Якщо продукція виробляється там, де існує потреба в ній, транспортування не потрібне, а значить, буде зекономлено час за рахунок перевезень.

Для проведення аналізу формування доданої вартості, пропонуємо включити три етапи процесу (рис. 1):

- 1) виробничий – первинна переробка, забій худоби і оброблення туш;
- 2) переробний – вторинна переробка, підготовка, упаковка і виробництво м'яса та м'ясних продуктів;
- 3) збутовий – оптовий продаж м'яса (склади, торговці, експортери, імпортери та м'ясники у сфері громадського харчування), міжнародні ринки, громадське харчування, супермаркети роздрібною торгівлі та канали прямого продажу.

Дану схему взаємозв'язків ланок повного циклу можна також використовувати в якості базової схеми ланцюга створення доданої вартості, що включає в себе чотири основні етапи: відгодівля, переробка, оптова торгівля, роздрібні продажі. Отже, повний цикл виробництва та продажу м'яса включатиме: виробництво комбікормів; виробництво м'яса; переробка м'яса; оптовий продаж м'яса; роздрібний продаж м'яса.

Як представлено на рис. 1, м'ясна продукція розподіляється за трьома основними напрямками реалізації:

власна переробка в рамках фермерського господарства, м'ясопереробні підприємства, і спеціалізовані роздрібні магазини. Продуктом в даному випадку виступає м'ясо (охолоджене, або заморожене) в тушах і напівтушах. На м'ясопереробних підприємствах здійснюється переробка м'яса, як глибока (до ковбасних виробів), так і неглибока (натуральні, рубані, заморожені напівфабрикати).

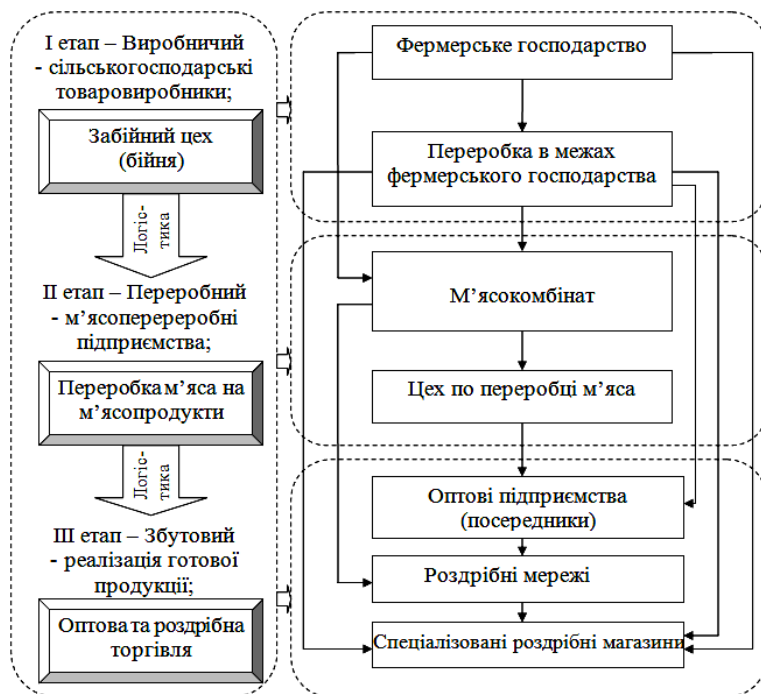


Рис. 1. Функціонально-структурна схема формування доданої вартості (власні дослідження автора статті)

Виробничий етап формування доданої вартості передбачає, що основним суб'єктом її створення є сільськогосподарський товаровиробник. Первинна обробка худоби, тобто її забій і розбирання туш здійснюється на забійних пунктах споживчої кооперації, бійнях і м'ясокомбінатах. На якість м'яса і стійкість його при зберіганні впливають стан тварин перед забоєм і технологія їх первинної обробки. Цей етап базується на найбільш відповідальному процесі – це виробництво кормів, відгодівля та вирощування худоби і навіть її забій (за наявності бійні). В окремих випадках (здебільшого фермери та дрібні господарства) реалізують худобу через посередників (заготівельників). Проте витрати на виробничому етапі формування доданої вартості є найбільшими та найсуттєвішими порівняно з іншими етапами, які формують додану вартість.

На практиці склалося так, що одиниця виробленої сирової продукції завжди оцінювалася нижче, ніж одиниця виготовленого напівфабрикату або готового товару. У рамках фермерського господарства, як правило здійснюється тільки неглибока м'ясопереробка. На даному етапі додану вартість визначають за методикою визначення собівартості виробленої сировини (продукції). Для обчислення собівартості продукції при визначенні валового прибутку (збитку) не беруть до уваги адміністративні (загальногосподарські) витрати та витрати на збут (пов'язані з реалізацією продукції, товарів, робіт, послуг). Собівартість визначається окремо

для кожного підприємства та виду продукції. Додану вартість складають кошти, отримані юридичними і фізичними особами від реалізації м'яса (туші, напівтуші) у вигляді різниці між виручкою і собівартістю. Додана вартість на цьому етапі створюється з нуля, оскільки сільськогосподарським товаровиробникам не потрібно закуповувати сировину.

Визначаємо додану вартість отриману сільськогосподарськими товаровиробниками в результаті реалізації продукції за формулою:

$$ДВст = В - Срп, \quad (1)$$

де ДВст – додана вартість сільськогосподарського товаровиробника; В – виручка від реалізації м'яса; Срп – собівартість реалізованої продукції.

Отже, розрахувавши собівартість продукції, яка реалізовується сільськогосподарськими товаровиробниками для подальшої переробки і збільшення доданої вартості та отримавши виручку від реалізованої продукції можемо розрахувати додану вартість товаровиробника.

Переробний етап формування доданої вартості передбачає її створення у процесі переробки на м'ясопродукти, або реалізація м'яса в сирому вигляді (обробленого чи упакованого). Даний етап формування доданої вартості є основним, оскільки передбачає найбільше витрат, які необхідно прорахувати щоб підприємство було рентабельним. Переробка м'яса – виготовлення м'ясних, ковбасних виробів є матеріаломістким етапом формування доданої вартості.

Після того, як м'ясо в тушах надійшло від сільськогосподарського товаровиробника на м'ясопереробне підприємство, додана вартість формується за рахунок витрат на виробництво готової продукції, маржі підприємства, не включаючи витрат на сировину і матеріали. М'ясопереробні підприємства мають власні переробні потужності (або їх орендують) і здійснюють закупівлю худоби або туш для подальшої переробки. Наприклад, якщо на вході на переробку середня вартість 1 кг м'яса свинини в тушах в 2012 р. складала 26–29 грн, то у вигляді готової продукції з м'яса свинини дорівнювала 60–70 грн/кг. Відтак, додана вартість на даному етапі складає близько 30–40 грн/кг.

Розрахунок доданої вартості на етапі переробки м'яса на м'ясопродукти враховується у загальній вартості товару або послуги у вигляді понесених затрат, зокрема – амортизація, витрати на оплату праці, враховуючи відрахування на соціальні заходи, інші операційні витрати, податки і прибуток. Результатом розподілу доданої вартості продукції виготовленої на підприємстві є прибуток, проте для того, щоб отримати прибуток необхідно створити нову (додану) вартість. М'ясопереробні підприємства створюють додану вартість продукції на закупленій сировині та матеріалах необхідних для виробництва м'ясної продукції.

$$ДВмп = ОП + А + ВЗс + Іов + П + Пр, \quad (2)$$

де ДВмп – додана вартість м'ясопереробного підприємства; ОП – витрати на оплату праці; А – амортизація; Всз – відрахування на соціальні заходи; Іов – інші операційні витрати; П – податки; Пр – прибуток.

Доданої вартості повинно вистачити, щоб розрахуватися з тими, хто брав участь у її створенні (персонал); відкласти амортизаційні відрахування для майбутньої заміни зношених основних засобів, адже вони цим поступово переносять свою вартість на новостворену (додану) вартість; сплатити податок на прибуток, здійснити деякі обов'язкові дрібні платежі до бюджету. При цьому решти доданої вартості повинно вистачити на отримання бажаної норми чистого прибутку. Відтак, розмір заробітної плати персоналу повністю залежить від величини щомісяця створюваної доданої вартості, тому заробітна плата не має перевищувати величину створеної доданої вартості. Збільшити заробітну плату можна шляхом підвищення продуктивності праці. Показник продуктивності праці (ПП) обчислюється відношенням абсолютної величини створеної і реалізованої за період до середньооблікової чисельності працюючих.

$$\text{ПП} = \frac{\text{ДВ}(\text{р.240ф.2} + \text{р.250ф.2} + \text{р.260ф.2} + \text{р.100ф.2})}{\text{Сов}}, \quad (3)$$

де р. 240 ф. 2 – витрати на оплату праці; р. 250 ф. 2 – відрахування на соціальні заходи; р. 260 ф. 2 – амортизація; р. 100 ф. 2 – прибуток; Сов – середньооблікова чисельність працюючих.

Показник продуктивності праці, обчислений за допомогою використання величини доданої вартості є найбільш точним. Ще один важливий показник потрібно враховувати при визначенні розмірів витрат на робочу силу (Врс) – це коефіцієнт продуктивності (Кпрод.):

$$\text{Кпрод.} = \text{ДВ} / \text{Врс}, \quad (4)$$

де

$$\text{Кпрод.} = \frac{\text{р. 240 ф. 2} + \text{р. 250 ф. 2} + \text{р. 260 ф. 2} + \text{р. 100 ф. 2}}{\text{р. 240 ф. 2} + \text{р. 250 ф. 2}}$$

Отже, обчислюємо коефіцієнт продуктивності праці, тобто величину доданої вартості, яка припадає на кожну гривню витрат на робочу силу.

Що стосується збутового етапу формування доданої вартості, то витрати на цьому етапі передбачені тільки на реалізацію продукції та витрати, які стосуються не самої продукції, а її збуту. Значним кінцевим споживачем даного виду продукції є супермаркети та магазини і меншою мірою дана продукція потрапляє на ринки, лотки, базари. Спеціалізовані роздрібні магазини є збутовою ланкою для м'ясної продукції. Продукція, що реалізується в спеціалізованих роздрібних магазинах – напівфабрикати, вироблені на м'ясопереробних підприємствах, або безпосередньо в магазині поставляються з комплексу туш. Для збуту переробленого м'яса в ланцюжок включаються оптові компанії, які представлені як незалежними оптовими компаніями, так і торговими будинками м'ясопереробних підприємств.

Оптові компанії реалізують ковбасні вироби та охолоджені і заморожені напівфабрикати.

В Житомирській області збут м'яса та м'ясопродуктів здійснюється через:

- оптову та роздрібну торгівлю – продаж на місцевих ринках і на ринках інших регіонів у межах України;
- громадське харчування – реалізація дошкільним і навчальним закладам, санаторіям, будинкам відпочинку, лікарням та іншим закладам, іншим підприємствам і організаціям, комерційним структурам; закордонним країнам тощо;

- сезонні ярмарки – реалізація м'яса та м'ясопродуктів за оптовими цінами населенню;

- мережеві супермаркети, магазини – продаж безпосередньо торговельним підприємствам.

На збутовому етапі вартість такої продукції підвищується і в торговій мережі вартість такої продукції становить 80–90 грн/кг:

$$\text{ДВ} = \text{Вз} + \text{Мв}, \quad (5)$$

де Вз – витрати на збут; Мв – маркетингові витрати.

Проміжними етапами формування доданої вартості є логістика. Логістичні послуги є невід'ємною частиною, що відповідають за цей процес. Якщо навіть доставку продукції здійснюється власним транспортом витратна частина закладається у формування доданої вартості:

$$\text{ДВ} = \text{А} + \text{Вмм}, \quad (6)$$

де А – амортизація; Вмм – витрати на мастильні матеріали.

Етапи, які додають вартість, – це ті етапи, які позначаються на остаточному результаті процесу і які безпосередньо пов'язані із задоволенням потреб споживача. Серед них такі етапи, як власне виробництво продукції відповідно до побажань споживача, або, у випадку послуги, надання інформації, яка може знадобитися споживачу, або саме по собі надання послуги. Отже, на даному етапі дослідження додана вартість характеризується додатково приєднаною вартістю у процесі обробки, переробки й представлення готової продукції на ринку. Тому чим більше стадій обробки й переробки проходить товар, тим більше приєднується до нього вартості.

6. Обговорення результатів дослідження формування доданої вартості

М'ясна продукція, що поставляється переробним підприємствам є збитковою на всіх трьох стадіях руху до споживача: на сільськогосподарських підприємствах, що поставляють сировину, на підприємствах його переробки, а також у зв'язку з державним регулюванням цін і на підприємствах і організаціях торгівлі. Рентабельним виробництво тваринницької продукції є головним чином у сільськогосподарських підприємствах, що мають власні цехи з переробки сільськогосподарської продукції та власні збутові мережі фірмової торгівлі. У зв'язку з цим основним напрям-

ком перетворення сільськогосподарських підприємств із сировинних додатків переробних підприємств і торговельних фірм у виробничо-комерційні формування із закінченим циклом виробництва готової до вживання продукції і власними збутовими мережами.

Досить перспективною формою вдосконалення економічних відносин є подальше поглиблення інтеграції та кооперування у виробництві та переробці сільськогосподарської продукції на основі створення різних інтеграційних форм. Основним критерієм у регулюванні взаємовідносин в інтегрованих формуваннях є визначення вкладу кожного учасника у кінцевий результат. Механізм регулювання економічних зв'язків між учасниками інтеграції при цьому повинен будуватися на принципі рівної рентабельності на всіх стадіях відтворення кінцевого продукту: виробництва, переробки та реалізації. Доцільність створення інтеграційних формувань ґрунтується на матеріальній зацікавленості всіх учасників у кінцевих результатах, додатково отримуються доходи від поліпшення асортименту, якості та вигідного збуту кінцевої продукції, а також від використання резервів підвищення ефективності агропромислового комплексу та скорочення втрат, які виникають на стиках сільськогосподарських, переробних та інших суміжних з ними підприємств і організацій. Наприклад, зникає як така категорія закупівельної ціни. Переробні підприємства сировину від господарств одержують без оплати, переробляють його і направляють готову продукцію і торгівлю також без оплати. Це виключає необхідність отримання банківських кредитів та сплати відсотків по них, які переробні підприємства використовували для оплати поставленої їм сировини, а торгуючі організації – для передоплати за поставлену їм готову продукцію. За наявними розрахунками тільки цей фактор дозволяє знизити собівартість продукції до 30 %. Різко скорочуються втрати при переробці сільськогосподарської продукції.

Таким чином, виникає об'єктивна необхідність в інтеграції, створенні інтегрованих виробничих формувань у м'ясопродуктовому підкомплексі на основі об'єднання і взаємоузгодження інтересів сільськогосподарських товаровиробників, переробників і торгівлі.

7. Висновки

1. Можливість об'єднання м'ясопереробних підприємств в єдину систему «виробництво, переробка та реалізація готової продукції» дасть змогу досягти стабільного розвитку сировинної бази, що позитивно впливатиме на вирішення основних проблем, стабілізацію та успішну роботу всього м'ясопереробного комплексу.

2. В результаті проведеного аналізу встановлено, що м'ясна продукція розподіляється за трьома основними напрямками реалізації: власна переробка в рамках фермерського господарства, м'ясопереробні підприємства, і спеціалізовані роздрібні магазини. Продуктом в даному випадку виступає м'ясо (охолоджене, або заморожене) в тушах і напівтушах. На м'ясопереробних підприємствах здійснюється переробка м'яса, як глибока (до ковбасних виробів), так і неглибока (натуральні, рубані, заморожені напівфабрикати).

Таким чином, взаємозв'язок ланок повного циклу використовується в якості базової схеми ланцюжка створення доданої вартості.

3. Розроблено та проаналізовано етапи аналізу формування доданої вартості в м'ясопереробних підприємствах. Запропоновано методику обчислення доданої вартості на кожному з етапів, які формують додану вартість. Встановлено, що виробничий етап формування доданої вартості є найбільш капіталомістким, додана вартість розраховується за методом розрахунку собівартості. Переробний етап формування доданої вартості передбачає її створення у процесі переробки на м'ясопродукти, або реалізація м'яса в сирому вигляді (обробленого чи упакованого).

4. Розрахунок доданої вартості на етапі переробки м'яса на м'ясопродукти враховується в загальній вартості товару або послуги у вигляді понесених затрат, зокрема – амортизація, витрати на оплату праці, враховуючи відрахування на соціальні заходи, інші операційні витрати, податки і прибуток. Що стосується збутового етапу формування доданої вартості, то витрати на цьому етапі передбачені тільки на реалізацію продукції та витрати, які стосуються не самої продукції, а її збуту.

Література

- Абрютина, Н. С. Добавленная стоимость и прибыль в системе микро- и макроанализа финансово-экономической деятельности [Текст] / Н. С. Абрютина // Финансовый менеджмент. – 2001. – № 1. – С. 13-17.
- Богатая, И. Н. Стратегический учёт собственности предприятия [Текст]: монография / И. Н. Богатая. – Ростов н/Д, 2001. – 320 с.
- Вакульчик, О. М. Аналіз факторів впливу на формування доданої вартості підприємств [Текст] / О. М. Вакульчик, О. В. Горянська // Економічний простір. – 2011. – № 52/1. – С. 210-218.
- Дадалко, В. А. Налогообложение в системе международных экономических отношений [Текст]: учеб. пособие / В. А. Дадалко, Е. Е. Румянцева, Н. Н. Демчук. – Минск: Арми-та – Маркетинг, Менеджмент, 2000. – 359 с.
- Зайцева, А. В. Управление добавленной стоимостью на предприятии [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук.: 08.00.04 / А. В. Зайцева. – К., 2010. – 20 с.
- Іваненко, В. О. Додана вартість як об'єкт аналізу статистичної звітності промислових підприємств з виробництва продукції [Текст] / В. О. Іваненко // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – № 1 (22). – С. 122-130.
- Мороз, Ю. Ю. Моніторинг економічного потенціалу підприємства: теорія, методологія, організація [Текст]: монографія / Ю. Ю. Мороз. – Житомир, 2010. – 326 с.
- Tait, A. A. Value Added Tax [Text] / A. A. Tait. – Wash.: International Monetary Fund, 1988. – 467 p. doi:10.5089/9781557750129.071
- Уолт, К. Ключевые показатели менеджмента. Как анализировать, сравнить и контролировать данные, определяющие стоимость компании [Текст] / К. Уолт. – М., 2000. – 360 с.
- Чайковский, Д. В. Теория и методология формирования и применения добавленной стоимости в условиях МСФО на микро и макроуровне [Текст]: автореф. дис. ... докт. экон. наук / Д. В. Чайковский. – Орел, 2011. – 40 с.
- Шершньова, З. Є. Стратегічне управління [Текст]: підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
- Шпилько, М. В. Опыт совершенствования косвенных налогов [Текст] / М. В. Шпилько // Финансы. – 1991. – № 12. – С. 68-75.
- Вітлінський, В. В. Аналіз, оцінка і моделювання економічного ризику [Текст] / В. В. Вітлінський. – К.: ЕМІУР, 1996. – 212 с.

**ФОРМИРОВАНИЕ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В
МАРКЕТИНГОВОЙ ЦЕПИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ
ПРЕДПРИЯТИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ
ОТРАСЛИ**

Исследованы существующие проблемы формирования добавленной стоимости. Проанализированы три основных этапа продвижения мясной продукции от сельскохозяйственного товаропроизводителя до конечного потребителя, а именно: производственный, перерабатывающий, сбытовой. Предложено функционально-структурную схему формирования добавленной стоимости и методику расчета добавленной стоимости на каждом из предложенных этапов.

Ключевые слова: добавленная стоимость, мясоперерабатывающие предприятия, производство, переработка, сбыт.

Рудь Віта Вікторівна, аспірант, кафедра маркетингу, Житомирський національний агроекологічний університет, Україна, e-mail: yakimets_vita@mail.ru.

Рудь Віта Вікторівна, аспірант, кафедра маркетингу, Житомирський національний агроекологічний університет, Україна.

Rud Vita, Zhytomyr National Agroecological University, Ukraine, e-mail: yakimets_vita@mail.ru

УДК 679.7

DOI: 10.15587/2312-8372.2015.41751

Семенова В. Г.

**НАПРЯМКИ ЕФЕКТИВНОГО
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КАБЕЛЬНОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ**

Досліджено особливості розвитку кабельної промисловості як однієї із перспективних наукоємних галузей виробництва. Виявлено загальні тенденції змін на ринку кабельної продукції в сучасних умовах господарювання. Визначено основні проблеми та ризики функціонування підприємств кабельної промисловості України. Встановлено передумови успішної діяльності підприємств даної галузі. Визначено основні напрямки ефективного розвитку підприємств кабельної промисловості.

Ключові слова: кабельна промисловість, проблеми функціонування, ринок кабельної продукції, інноваційна діяльність, ризики, ефективний розвиток.

1. Вступ

Сучасні кризові тенденції в економіці України потребують якісно нових підходів щодо формування державної стратегії розвитку. Розвиток вітчизняної економіки напряму залежить від успішного функціонування наукоємних галузей виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції цих галузей та створення сприятливих умов для їх подальшої діяльності. Ефективний розвиток галузей економіки, орієнтованих на систематичне впровадження досягнень науково-технічного прогресу, забезпечить конкурентні переваги вітчизняним підприємствам на внутрішньому ринку та дасть змогу долучитись до світового економічного простору.

До наукоємних галузей виробництва відноситься, зокрема, і кабельна промисловість, яка відноситься до електротехнічної галузі. Продукція електротехнічної промисловості надзвичайно важлива для електрифікації всіх сфер народного господарства. Крім того, без неї неможлива автоматизація та механізація виробничих процесів та прискорення темпів науково-технічного прогресу [1].

Електротехнічна промисловість є однією з найбільш розвинутих промислових галузей в Україні, є основою науково-технічного розвитку економіки країни, важливою складовою технології в усіх галузях виробництва, передумовою зростання обсягів виробництва в галузях народного господарства та підвищення конкурентноспроможності продукції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках [2].

Цим обґрунтовується актуальність даної роботи.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

В двадцять першому столітті роль та значення електротехнічної галузі в економіці різко зростає у зв'язку з тим, що більшість високих технологій та виробництво наукоємної продукції неможливі без збільшення обсягів виробництва електротехнічної продукції. Для збільшення ВВП країни необхідний випереджаючий ріст виробництва електротехнічної продукції [3].

Разом з тим дослідники зазначають, що незважаючи на стрімкий розвиток електротехнічної галузі у світовому просторі, необхідно орієнтувати підприємства на постійний пошук інноваційних технологій, підвищувати якісні характеристики продукції, досягати високого рівня безпеки та надійності [4, 5].

Дослідження стану та перспектив розвитку вітчизняної електротехнічної галузі показують, що існує тенденція до збільшення попиту на продукцію цієї галузі. Однак, існують певні проблеми її розвитку, тому необхідно створювати в Україні правові та економічні умови для ефективного розвитку даної галузі виробництва [1, 6–8].

Крім того у світовому господарстві гостро постає питання економії природних ресурсів, застосування енергозберігаючих технологій та вирішення екологічних проблем по збереженню довкілля. Це вимагає ретельного підходу до створення продукції електротехнічної галузі на засадах економічного підходу до витрат енергоресурсів [9–12].